



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN KREDIT GADAI KCA
(KREDIT, CEPAT, AMAN) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.
PEGADAIAN KOTA MADIUN**

Riska Dewi Kartikasari¹ Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas PGRI Madiun riskadewi0032@gmail.com	Isharijadi² Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas PGRI Madiun isharijadi57@gmail.com
Farida Styaningrum³ Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas PGRI Madiun styaningrumfarida@yahoo.com	

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk dan layanan kredit gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) pada PT. Pegadaian Kota Madiun. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik analisis menggunakan statistik deskriptif, uji instrument, pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk kredit gadai KCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun 2) Layanan kredit gadai KCA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun 3) Kualitas produk dan Layanan kredit gadai KCA berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Kata Kunci : Kualitas produk, Layanan, dan Kepuasan nasabah, dan Kredit Gadai KCA.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya perekonomian di Indonesia, kebutuhan manusia juga ikut berkembang, salah satunya kebutuhan akan pendanaan. Kebutuhan pendanaan ini dapat terpenuhi melalui kegiatan pinjam meminjam. Kegiatan pinjam meminjam sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan tersebut dilakukan oleh perorangan ataupun badan hukum dengan suatu lembaga, baik lembaga formal maupun lembaga informal.

Lembaga formal merupakan badan usaha yang menyediakan jasa-jasa keuangan berlandaskan hukum. Lembaga penyedia jasa ini merupakan perantara antara pemilik uang dengan peminjam uang yang membutuhkan. Sedangkan lembaga informal adalah lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan yang beroperasi tidak berlandaskan hukum.

Lembaga informal biasa dijumpai pada masyarakat pedesaan dengan sistem riba atau ijon. Sistem riba merupakan usaha pemberi pinjaman dengan menggunakan

bunga yang sangat tinggi (rentenir) dan dilakukan secara sederhana dengan berdasarkan perjanjian lisan atau tertulis.

Bagi masyarakat yang tergolong sebagai masyarakat menengah keatas, lembaga formal menjadi salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhannya. Masyarakat beranggapan bahwa jika meminjam uang ke lembaga bank akan lebih baik dibandingkan dengan yang lainnya, tanpa mempertimbangkan proses peminjaman yang lama dan rumit. Pada kenyataannya pemerintah sudah menyediakan Perum (Perusahaan Umum) Pegadaian yang menyediakan akses yang lebih mudah, dengan proses yang cepat dan aman sehingga memudahkan masyarakat mendapatkan dana.



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

Pegadaian ialah tempat dimana masyarakat dapat datang meminjam uang dengan barang pribadi menjadi anggunannya. Sesuai dengan slogan pada PT. Pegadaian adalah “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Menurut Kasmir (2012:91) PT. Pegadaian berdasarkan penggunaan kredit dibagi menjadi dua yaitu konsumtif dan produktif. Kredit konsumtif ini seperti kredit rumah atau kendaraan yang memberikan kepuasan langsung terhadap penggunaanya yang masih menjadi produk unggulan karena pertumbuhannya sangat pesat. Sedangkan kredit produktif yaitu kredit yang digunakan sebagai investasi atau perkembangan usaha yang diberikan guna menghasilkan barang ataupun jasa.

Dengan adanya hal ini sangat membantu memudahkan kepada seluruh masyarakat akan pentingnya manfaat yang telah diberikan oleh jasa keuangan lembaga bukan bank khususnya PT. Pegadaian. Sedangkan tujuan lembaga ini yaitu mencegah masyarakat kecil yang membutuhkan bantuan dana agar tidak terpengaruh oleh tangan para rentenir yang dalam pemberian bantuan dana mengenakan bunga yang sangat tinggi dan berlipat ganda biasanya sering dijuluki sebagai lintah darat.

Semakin banyaknya masyarakat yang datang pada PT. Pegadaian mencerminkan adanya akibat dari kebutuhan perekonomian masyarakat yang menyesak akan uang tunai dari masyarakat yang berpenghasilan rendah dengan cara pemberian kredit (pinjaman) yang sederhana. Walaupun tingkat bunganya cukup tinggi, akan tetapi tingkat suku bunga yang diberikan PT. Pegadaian tergolong rendah dibandingkan dengan tingkat suku bunga yang diberikan oleh rentenir. Dengan demikian masyarakat beranggapan bahwa PT. Pegadaian Kota Madiun dapat dipercaya dan dapat memenuhi kebutuhannya didalam perekonomian, sehingga nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun merasa sangat puas dengan hasil yang diberikan oleh PT. Pegadaian Kota Madiun yang membuat nasabah berkunjung kembali di dalam usaha peminjam jasa.

Dengan adanya fenomena di PT. Pegadaian Kota Madiun menjadi lembaga keuangan bukan bank yang dapat dipercaya dan memberikan rasa aman oleh perusahaan, maka nasabah merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya oleh PT. Pegadaian. Menurut Adisaputro, (2010:67) kepuasan adalah suatu perasaan yang dirasakan oleh perorangan dengan rasa senang ataupun kecewa atas hasil yang menggambarkan perbandingan antara hasil dan pemikiran yang nantinya dapat dihubungkan dengan harapan. Apabila kinerja produk lebih kecil daripada harapan, ia akan merasa kecewa atau tidak puas. Bilamana kinerja (produk) sama seperti apa yang diharapkan, maka ia telah puas, dan apabila kinerja lebih besar dengan apa yang diharapkan ia akan merasa sangat puas.



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

Kualitas produk dan layanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan. Hal ini dikarenakan dalam meningkatkan kepuasan tidak hanya dalam segi kualitas produk saja yang ditingkatkan namun pelayanan juga dapat menjadi poin tambahan guna menarik nasabah. Menurut Assauri (2011:212) bahwa kualitas produk menunjukkan berapa lama produk dapat bertahan, ketetapan, kemudahan dalam mengoperasikan, dan kepercayaan, serta atribut lain dari suatu produk yang akan dinilai. Pelayanan adalah salah satu kunci keberhasilan dalam berbagai usaha khususnya pada bidang jasa. Menurut Lovelock, dkk, (2010:154) pelayanan ialah hasil dari proses evaluasi yang dapat dibandingkan antara persepsi terhadap hasil pelayanan, dengan harapan pelanggan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bayuaji dan Poniman, (2017:108) menyatakan bahwa kualitas produk, dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Subyek penelitian terdapat di daerah Karanganyar dengan sampel sejumlah 130 di BPR Karanganyar yang diambil dengan menggunakan teknik *random sampling*. Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian Diza, Moniharapon, & Ogi, (2016:109) pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen (Studi Pada PT.FIF Group Cabang Mando). Dari penelitian ini, terdapat tiga variabel yang mempengaruhi kepuasan yaitu, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan yang menunjukkan bahwa berpengaruh signifikan. Subyek penelitian ini di Manado, dengan populasi 8.410 konsumen dan sampel yang dipilih adalah 100 konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui hubungan antara kualitas produk dan layanan nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam kontribusi sebagai upaya pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk dan layanan kredit gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman) terhadap kepuasan nasabah, dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memahami kepuasan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan kredit gadai KCA (Kredit, Cepat, Aman), dan dapat dijadikan bahan referensi yang dapat dimanfaatkan dan dapat menjadi studi banding agar dapat memperoleh hasil yang lebih baik.

Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah.

H2: Terdapat pengaruh signifikan antara layanan dengan kepuasan nasabah.



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

H3: Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara kualitas produk, dan layanan dengan kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif karena dalam penelitian ini dilakukan pengujian hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya. Desain yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan hubungan kausal. Menurut Sugiyono (2015:37) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi ialah daerah umum meliputi subjek ataupun objek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang diterapkan peneliti yang nantinya dipelajari dan dapat menarik kesimpulan (Sugiyono, 2010:80). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk gadai kredit KCA pada PT. Pegadaian Kota Madiun di tahun 2017 yang berjumlah 17.234 nasabah.

Menurut Sugiyono (2010:81) sampel ialah bagian dari karakteristik dan jumlah yang terdapat dalam populasi. Sampel yang diambil ialah sebagian dari populasi yang dapat mewakili untuk dijadikan sampel. Berdasarkan teknik pengambilan sampel dengan metode *sampling insidental*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu nasabah di PT. Pegadaian Kota Madiun yang menggunakan produk kredit gadai KCA di tahun 2017 sejumlah 391 nasabah.

Teknik Pengumpulan Data Dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner dan dokumentasi. Metode kuesioner dalam hal ini peneliti menyebar kuesioner ke semua nasabah kredit KCA di PT. Pegadaian Kota Madiun sejumlah 391 nasabah. Instrumen penelitian adalah kuesioner, dimana kualitas produk berdasarkan Nasution (2016:55) terdiri dari 1) kehandalan, 2) *serviceability*, dan 3) kualitas yang dipersepsikan. Layanan berdasarkan Lupiyoadi (2016:234) terdiri dari 1) tangible (berwujud), 2) reliability (kehandalan), 3) ketanggapan, 4) assurance (jaminan), 5) empathy. Kemudian kepuasan nasabah berdasarkan Tjiptono (2014:369) terdiri dari 1) kepuasan pelanggan keseluruhan, 2) dimensi kepuasan pelanggan, 3) konfirmasi harapan, 4) nilai beli ulang, 5) kesediaan untuk merekomendasi dan 6) ketidakpuasan pelanggan. Sedangkan, teknik pengumpulan data yaitu, dokumentasi berupa sejarah umum perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, dan persyaratan pengajuan kredit. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda yang dilakukan dengan Uji SPSS (*Statistical Product dan Service Solution*) for windows versi 24.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Statistika Deskriptif

Menurut Ghazali (2016:19) menyatakan bahwa statistik ini memberikan penjelasan suatu data dan gambaran yang dapat ditunjukkan dalam nilai *mean* (rata-rata), minimum, maksimum, standar deviasi, sum, skewness dan kurtosis (kemencengan distribusi). Adapun hasil dari uji statistik deskriptif adalah sebagai berikut :



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan	391	17	30	24,15	2,545
Nasabah (Y)					
Kualitas	391	8	15	12,20	1,677
Produk (X1)					
Layanan	391	12	25	20,22	2,326
(X2)					
Valid N	391				

Sumber : Hasil Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 24 (2018)

Dari hasil statistik diatas menunjukkan bahwa dari hasil pengujian diatas menunjukkan jumlah data yang diperoleh sejumlah 391. Standar devisiasi kepuasan nasabah, kualitas produk dan layanan dapat diketahui bahwa hasilnya lebih rendah dari pada hasil *mean* sehingga variasi atau perbedaan data menunjukkan hasil yang baik.

**2. Uji Keabsahan
Data a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil pernyataan kuesioner dinyatakan valid apabila memiliki koefisien positif dan lebih besar dari . Teknik analisis yang digunakan adalah dengan mengacu pada nilai *corrected item total correlation*. Berikut adalah hasil uji validitas pada masing-masing variabel:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Item Total Correlation	Nilai minimal	Hasil
Kepuasan (Y)	Y1	0,549	0,098	Valid
	Y2	0,588	0,098	Valid
	Y3	0,510	0,098	Valid
	Y4	0,682	0,098	Valid
	Y5	0,695	0,098	Valid
	Y6	0,531	0,098	Valid



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

Kualitas	X1.1	0,730	0,098	Valid
Produk (X1)	X1.2	0,755	0,098	Valid
	X2.3	0,722	0,098	Valid
Layanan (X2)	X2.1	0,563	0,098	Valid
	X2.2	0,573	0,098	Valid
	X2.3	0,680	0,098	Valid
	X2.4	0,647	0,098	Valid
	X2.5	0,710	0,098	Valid

Sumber : Hasil Pengujian Validitas dengan SPSS versi 24 (2018)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa indikator untuk variabel kualitas produk, layanan dan kepuasan nasabah secara keseluruhan dinyatakan valid dikarenakan mempunyai total *pearson correlation* yang lebih besar dari sehingga indikator dari variabel ini dapat digunakan untuk pengujian tahap selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan (konsistensi) instrumen (alat ukur) berupa kuesioner. Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach's alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,70, walaupun nilai 0,60 – 0,70 masih dapat diterima.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
1	Kepuasan Nasabah (Y)	0,628	Reliabel
2	Kualitas Produk (X1)	0,612	Reliabel
3	Layanan (X2)	0,609	Reliabel

Sumber : Hasil Pengujian Reliabilitas dengan SPSS versi 24 (2018)

Dari uji reliabilitas pada tabel diatas, untuk *Cronbach Alpha* dinyatakan reliabel karena memiliki nilai 0,60. Dengan hal ini item pengukuran pada setiap variabel penelitian dinyatakan reliabel dan selanjutnya dapat digunakan sebagai penelitian.

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu kualitas produk dan layanan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Dari data kuesioner yang telah ditabulasikan dan dilakukan analisis menggunakan regresi berganda dengan bantuan program *SPSS IBM Statistics 24* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan

Nasabah b_0 = Konstanta

b_1, \dots, b_2 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Layanan

Berikut ini akan dijelaskan pengaruh variabel kualitas produk dan layanan terhadap variabel kepuasan nasabah melalui pengujian regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	9,086	0,918			9,902	0,000
Kualitas_produk	0,575	0,069	0,379		8,348	0,000
Layanan	0,398	0,050	0,364		8,016	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi 24 (2018)

Dari tabel diatas dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 9,086 - 0,575 X_1 + 0,398 X_2$$

- a. Konstanta (b_0) sebesar 9,086 berarti memiliki nilai positif yang menunjukkan pengaruh positif dari variabel independen yakni Kualitas Produk dan Layanan. Dengan ini konstantanya 9,086 berarti tanpa adanya pengaruh variabel Kualitas Produk dan Layanan maka tetap memiliki nilai sebesar 9,086.
- b. Koefisien regresi (b_1) sebesar 0,575 dalam arti bahwa jika terjadi peningkatan variabel Kualitas Produk sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,575 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.
- c. Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,398 dalam arti bahwa jika terjadi peningkatan variabel layanan sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan ikut naik sebesar 0,398.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,648a	0,420	0,417	1,94418	1,994

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi 24 (2018)

Analisis koefisien determinasi (R^2) adalah 0,420 artinya kepuasan nasabah dapat didukung oleh kualitas produk dan layanan secara bersama-sama sebesar 42%. Sementara untuk sisanya yakni sebesar 58% dipengaruhi oleh variabel lain dari luar variabel yang diteliti.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini juga disebut dengan uji parsial, pengujian ini bertujuan untuk menguji signifikansi hasil dari uji regresi linier berganda. Hasil uji signifikansi t diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	9,086	0,918		9,902	0,000
Kualitas_produk	0,575	0,069	0,379	8,348	0,000
Layanan	0,398	0,050	0,364	8,016	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi 24 (2018)

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Dari perhitungan variabel 1 nilai t hitungnya adalah 8,348. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ secara statistik yakni $8,348 > 1,649$ dan tingkat signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$, artinya H_0 penelitian ini ditolak dan menerima H_a . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Variabel Layanan (X2)

Dari perhitungan variabel 2 nilai t hitungnya adalah 8,016. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ secara statistik yakni $8,016 > 1,649$ dan tingkat signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$, artinya H_0 penelitian ini ditolak dan menerima H_a . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Uji Signifikansi F (F-Test)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Adapun hasil pengujian signifikansi F dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 7. Hasil Uji Signifikansi F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1060,901	2	530,451	140,336	0,000
Residual	1466,582	388	3,780		b
Total	2527,483	390			

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi 24 (2018)



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

Berdasarkan pada tabel 7 di atas, hasil uji F dapat diperoleh bahwa t_{hitung} sebesar 140,336 dan sebesar 2,62 ($t_{tabel} >$) dengan hasil tingkat signifikan yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

PEMBAHASAN

1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan yakni kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya kualitas produk yang ditawarkan maka secara tidak langsung kepuasan nasabah akan meningkat pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Dalam penelitian menunjukkan bahwa proses pengajuan pinjaman produk KCA dilakukan dengan cepat memiliki pengaruh tertinggi atas kualitas produk terhadap kepuasan. Seperti halnya setelah melakukan pengamatan kepada nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun menunjukkan bahwa kualitas produk yang diberikan dalam proses pengajuan kredit KCA dapat dilakukan secara cepat dan mudah tanpa memerlukan berbagai tahapan yang harus dilakukan didalam proses pengajuan pinjaman kredit KCA berdasarkan hukum gadai. Sebaliknya produk KCA dalam PT. Pegadaian Kota Madiun belum dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara optimal.

Hasil pengamatan pada nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun terdapat bahwa besarnya pinjaman tidak sesuai dengan nilai kebutuhan nasabah, sehingga apabila nasabah membutuhkan dana pada saat ini, pihak perusahaan tidak dapat memberikan sepenuhnya jumlah dana yang nasabah butuhkan. Oleh karena itu nasabah dapat merasakan bahwa PT. Pegadaian dapat membantu memberikan pinjaman dana, namun hanya sebatas besaran tanggungan yang nasabah berikan. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tumangkeng (2013:84) yang menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado. Artinya apabila kualitas produk mengalami peningkatan maka kepuasan pelanggan kredit perumahan rakyat PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado juga akan naik.

2) Pengaruh Layanan Kredit Gadai KCA Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat disimpulkan bahwa layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan semakin baik pelayanan yang diberikan, maka kepuasan nasabah akan meningkat, dan secara tidak langsung nasabah akan datang dan akan berkunjung kembali pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karyawan berpenampilan rapi saat bekerja memiliki pengaruh tertinggi dalam layanan terhadap kepuasan nasabah. Setelah melakukan pengamatan pada PT. Pegadaian Kota Madiun tidak hanya melayani yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, namun pihak



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

PT. Pegadaian Kota Madiun juga menunjukkan penampilan yang rapi sebagai bukti fisik pelayanan bahwa PT. Pegadaian Kota Madiun telah siap dalam pribadi masing-masing yang ditunjukkan dengan penampilan karyawan yang rapi menjadi nilai tambah di mata nasabah dalam memberikan layanan. Apabila karyawan PT. Pegadaian Kota Madiun menunjukkan pribadi yang berpenampilan rapi, maka nasabah juga merasa nyaman, namun apabila Tidak memiliki pengaruh yang tinggi karena setelah melakukan pengamatan pada nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun, nasabah belum menjadi seorang penganjur kepada orang lain. Sebagai perusahaan yang karyawan PT. Pegadaian Kota Madiun tidak berpenampilan dengan rapi, maka nasabah juga menganggap pihak pemberi jasa juga belum siap di dalam pemberian layanan yang dimulai dari dalam perusahaan. Sebaliknya dalam indikator layanan yang menyatakan ketepatan waktu pelayanan kurang memberikan harapan memiliki pengaruh yang tidak besar terhadap kepuasan nasabah.

Temuan hasil pengamatan pada nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun terdapat kurangnya keselarasan waktu dengan yang diharapkan nasabah. Berapa lamanya pelayanan untuk setiap nasabah berbeda-beda. Hal ini terlihat bahwa pada saat nasabah melakukan pinjaman pada PT. Pegadaian Kota Madiun nasabah harus menunggu antrian yang lama. Dengan antrian yang lama nasabah merasa jenuh dan bosan untuk menunggu antrian yang panjang. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Guspul (2014:52-53) yang menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo. Artinya adalah jika perusahaan dapat menciptakan pelayanan dengan baik dan nyata kepada nasabah, maka nasabah akan merasa terjamin, dan merasakan pemahaman atau perhatian secara pribadi dari perusahaan. Dengan pelayanan yang tepat waktu sesuai dengan yang di janjikan maka nasabah akan merasa puas.

3) Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Kredit Gadai KCA Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kedua variabel ini secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun, hal ini dikarenakan kualitas produk dan layanan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun.

Dalam penelitian ini diketahui indikator kepuasan keseluruhan menyatakan secara keseluruhan nasabah merasa puas dengan PT. Pegadaian Kota Madiun, menunjukkan pengaruh yang tinggi pada kepuasan nasabah. Temuan ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Pegadaian Kota Madiun merasa puas baik dari segi pelayanan ataupun kualitas produk jasa yang ditawarkan. Dari segi pelayanan atau produk jasa yang ditawarkan mencakup pengajuan kredit yang tidak bertele-tele, reputasi perusahaan, kesediaan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah, bukti fisik baik fasilitas, peralatan, kepedulian secara individu kepada nasabah, ketanggapan, kehandalan dan kepastian. Kepuasan nasabah semakin meningkat dapat dilihat dari jumlah nasabah yang datang untuk melakukan kredit gadai yang semakin hari semakin meningkat.

Dengan memiliki kualitas produk dan layanan yang baik menunjukkan keunggulan diluar perusahaan. Kondisi ini disebabkan karena kualitas produk dan

layanan merupakan tolok ukur suatu perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan nasabah, bilamana kualitas produk dan layanan ditingkatkan maka, kepuasan nasabah juga akan ikut meningkat. Sebaliknya indikator kesediaan untuk merekomendasikan menyatakan untuk dapat merekomendasikan pada orang lain agar menggunakan produk jasa yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Kota Madiun tidak memiliki pengaruh yang tinggi atas kepuasan nasabah bergerak di bidang jasa. Perusahaan harus mampu menciptakan hal tersebut, karena seorang penganjur adalah marketing tanpa bayaran yang bersedia mereferensikan perusahaan yang dipakainya dengan orang lain. Dengan mereferensikan kepada orang lain merupakan bukti bahwa perusahaan tersebut sudah memberikan kepuasan secara nyata tanpa perusahaan meminta untuk merekomendasikannya.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bayuaji (2017:109) menemukan pada dasarnya kualitas produk dan layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah pada BPR Bank Daerah Karanganyar, hal ini dikarenakan kualitas produk dan layanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah pada BPR Bank Daerah Karanganyar.

SIMPULAN

Berdasarkan pendahuluan kajian pustaka, dan pengolahan dan seta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun. Berpengaruh secara signifikan dapat dilihat dari pernyataan tertinggi yaitu proses pengajuan pinjaman KCA dilakukan dengan cepat dan nasabah berulang kali melakukan pinjaman KCA. Artinya setelah nasabah melunasi produk KCA nasabah melakukan transaksi baru dalam peminjaman dana.
2. Layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun. Berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dapat dilihat bahwa berpenampilan rapi saat bekerja menjadi nilai tambah dimata nasabah. Dengan adanya layanan yang baik, maka nasabah merasa puas dan dapat memenuhi kebutuhan dan perusahaan juga dapat dengan mudah untuk mencapai tujuan.

3. Kualitas produk dan layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Kota Madiun. Dengan hasil pengamatan dan penelitian bahwa kualitas produk dan layanan PT. Pegadaian Kota Madiun telah memberikan kualitas produk dan layanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan nasabah meliputi, proses, bukti fisik, keamanan barang yang digadaikan, dan kinerja yang dapat menarik nasabah untuk melakukan transaksi gadai KCA dengan bukti yang nyata, maka nasabah merasa di hargai, dan terjaminnya keamanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan.

Dalam penelitian ini hanya terbatas dua variabel kualitas produk dan layanan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambah variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti harga, persepsi atau variabel lain yang terkait, sehingga akan terlihat lebih signifikan. Dan perlu adanya pembaharuan sebagai bahan referensi baru dengan objek yang berbeda sehingga dapat dilihat perbedaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2010). *Manajemen Pemasaran Analisis untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Sekolah Penerbit dan Percetakan.
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
Diunduh 6 Maret 2018)
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi.
- Bayuaji, T. & Poniman, B. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada BPR Karanganyar. Indonesian Journal on Education and Research*. 2 (3).
(<http://jurnal.ijer.web.id/index.php/ijer/article/view/101/101>. Diunduh 6 Maret 2018)
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I, W. J. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT.FIF Group Cabang Mando)*. Jurnal EMBA. 4 (1).
(<https://media.neliti.com/media/publications/2882-ID-pengaruh-kualitas-pelayanan-kualitas-produk-dan-kepercayaan-terhadap-kepuasan-ko.pdf>.
Diunduh 6 Maret 2018)
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Undip.
- Guspul, A. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*. Jurnal PPKM
UNSIQ I, 40-54.



**THE 11th FIPA
FORUM ILMIAH PENDIDIKAN AKUNTANSI
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AKUNTANSI-FKIP
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

(<http://jurnalppkm.unsiq.ac.id/index.php/ppkm/article/view/6>. Diunduh 6 Maret 2018)

- Kasmir,. (2012). *Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa Prespektif Indonesia Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution M N. (2016). *Manajemen Jasa Terpadu (Total Service Management)*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

